

ВІЗУАЛЬНІ СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЖАЗОВОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ (НА ОСНОВІ ДЖАЗОВИХ ФЕСТИВАЛЬНИХ ЗАХОДІВ)

У статті розглянуто провідні джазові фестивалі, що проводились на території України від часів СРСР і до сьогодні, проаналізовано їхню рекламну продукцію, здебільшого плакати, як один із основних рекламних носіїв. Також досліджено вплив стилів, що розвивались у світі від постмодернізму і до сьогодні, на українську рекламну продукцію джазових фестивалів. Крім того, визначено основні візуальні стилістичні особливості, що виникли в Україні як наслідок різних культурних, політичних та технологічних процесів. Для дослідження знайдено та проаналізовано плакати, що супроводжували джазові фестивалі в Україні та по всьому світу.

Ключові слова: *стиль, дизайн, реклама, джаз, фестиваль, Україна.*

Актуальність теми. Джаз, як один із провідних стилів сучасної світової музики, є також невід'ємною частиною культури України. Світова музика є одним із загальнолюдських об'єднуючих факторів, що сприяє міжкультурній інтеграції. Фестивальна діяльність – один із видів міжнародного діалогу та об'єднання людей. Рекламна продукція є невід'ємною складовою організації фестивальних заходів, що допомагає рекламувати та презентувати країну із візуальної сторони у світі. Стилiстичнi особливостi, якi формувались в процесi iсторичного розвитку в дизайнi рекламних носiїв для фестивальних заходiв, є зовсiм не вивченою темою, а особливо, якщо мова йде про фестивалi джазової музики. Стилi, якi

сформувались в процесі розвитку, допомагають проаналізувати те, що було в минулому та створити щось зовсім нове у майбутньому. Отже, актуальність дослідження полягає у вивченні основних стилістичних особливостей, які сформувались у мистецтві та дизайні, а також їх відображення у рекламній продукції джазових фестивалів України, зокрема в період від початку ХХІ століття і до сьогодні, а також виявленні сучасних особливостей, які сформувались у джазовій культурі на території нашої держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Для виявлення стилістичних особливостей джазової культури в Україні, потрібно розпочати із дослідження розважальних заходів, де звучала джазова музика. Ґрунтовним дослідженням джазових перформансів на території нашої держави займався Лі Шуай [6]. Він провів детальний аналіз та розробив класифікацію джазових фестивалів за їх характером. Так як постмодернізм впливає на мистецтво та дизайн сучасності, то вивчення його стилістичних особливостей є невід’ємною частиною даного дослідження. Усовська Е.А. [7] займалась вивченням генезису та розвитку культури і мистецтва постмодернізму. У процесі дослідження вона виокремила головні стилі, що сформувались у даний період, а також їх особливості. Однак, детальне дослідження проектно-художніх засобів плакатів доби Постмодернізму в Україні у своїй дослідницькій праці виконала Залевська О.Ю. [4]. Її праця значною мірою допомагає аналізу та порівнянню їх із джазовими плакатами.

Мета дослідження. За допомогою різних історично-культурних джерел дослідити основні візуальні стилістичні особливості, що застосовувались у створенні рекламної продукції для джазових фестивальних заходів на території України.

Виклад основного матеріалу дослідження. На території України джазова фестивальна діяльність зародилась ще у часи СРСР, проте активного розвитку досягла через десять років після здобуття незалежності. За даними дослідника Лі Шуая [6], який вивчав джазові фестивалі на території нашої держави, перші із них були проведені у Дніпропетровську та Донецьку у 1968-1969 роках, а за часів незалежності – у Києві, Сумах, Вінниці та

Ужгороді, протягом 1991 по 1998 роки. У 1999 році був заснований фестиваль «Джаз на Дніпрі», який успішно проводиться і до сьогодні.

Попри те, що джазова фестивальна діяльність проводилась ще до здобуття Україною незалежності, рекламну продукцію, яка супроводжувала дані події, вдалось знайти у вільному доступі тільки ту, яка була створена після 2000-х років [6].

Саме в 2000-2010 роках у світі динамічно розвивалась комп'ютерна графіка. Використання нових прийомів та технік було зумовлено значним прогресом у технологічній сфері. Дизайнери почали масово застосовувати комп'ютерні технології для створення рекламної продукції.

Поп-арт, впродовж років, став чи не найпопулярнішим стилем для створення рекламної продукції світових джазових фестивалів. Після 2000-х років він став менш яскраво вираженим, бо під впливом технологічного прогресу його часто використовували, поєднуючи з новими прийомами (Іл. 1), [1; 150-158].

Із джерел, які вдалось знайти у вільному доступі, стиль поп-арт використовувався у плакатному мистецтві вже після 2010 року. Так, наприклад, Koktebel Jazz Festival у 2011 році використав ілюстрацію вигаданого героя, що грає на саксофоні. Зображення створене за допомогою поєднання стилю поп-арт та художнього прийому «doodle art», що започаткувався в Німеччині ще у XVII столітті (Іл. 2). Даний термін описує малюнки, в процесі створення яких, автор не концентрується на художньому витворі. Зазвичай такі «дудли» мають абстрактний характер. Найбільш відомими вони стали за свою орнаментальність, що складалась із геометричних фігур, ліній, цяточок та хвильок. Одяг вигаданого героя та його музичний інструмент повністю розписаний своєрідними візерунками, що додають унікальності та привертають увагу [9]. Поп-арт був присутній у плакатах того ж фестивалю інших років, а також фестивалю Jazz на Дніпрі, Art Jazz та Jubilee Jazz Fest (Іл. 3, 4, 5, 6).

Для створення джазових плакатів України використовувалися також і традиційні техніки та ефекти малювання, що відповідало закордонним

аналогам. Постер Chernihiv Jazz Open, що був створений у 2010 році (Іл. 7) зображає сюрреалістичну композицію – акварельна пляма, у якій можна побачити зображення української співачки Джамали, саксофон та ноти. Текст, що розміщений у плямі гармонійно підтримує організацію простору плакату. Все виконано у чорно-білій гамі з додаванням помаранчевого кольору, яким було зображено назву самого дійства. Схожий стиль був також використаний у плакатах цього ж фестивалю різних років та інших, що проводились на території України (Іл. 8, 9), [3].

Із 2010 року і до сьогодні, у світовому плакатному мистецтві джазових фестивалів досить часто і успішно використовується стиль абстрактного експресіонізму. Динамічні кольорові та чорно-білі композиції, засобами різних технік, які відображають не постійність та імпровізацію джазової музики, постають на плакатах все частіше (Іл. 10, 11, 12), [4; 99-174].

В той же час, українські джазові афіші, які було знайдено на просторах Інтернету, в переважній більшості показують тенденцію до проектування плакатів із використанням більшої кількості фотографій ніж абстракцій. Стиль дадаїзм своїми фото колажами часто презентував джазових виконавців у рекламній продукції фестивалів в Україні (Іл. 13, 14, 15), [2; 196].

Деякі плакати 2010-2015 років, що були створені для українських джазових фестивалів, репрезентують застосування ретро стилю, який характеризується зверненням до давнини, старих речей, до того, що було в минулому і застаріло. Його характерними рисами є: додавання в постер коричневого кольору як основного, використання текстур, що нагадують старовину, чи розміщення предметів минулих епох. Афіші для фестивалів Open Jazz, Jazz Bez та Koktebel Jazz Festival виконані саме у такому стилі (Іл. 16, 17, 18). Всі вони, більшою чи меншою мірою, використали коричневий колір, що не є характерним для джазових плакатів. Koktebel Jazz Festival (Іл. 16) в своїй ілюстрації застосовує прийом ремінісценції, що відносить нас до стилю арт-деко. Навскісні лінії, що створюють композиційний рух – це характерна риса стилю. Open Jazz (Іл. 17) на постері 2015 року ілюструє

грамофон, що є пережитком минулого, проте, у даному випадку, рекламує сучасну джазову музику [5].

Характерною рисою розвитку українських джазових плакатів від 2000 року і до сьогодні є використання української символіки та кольорів як елементів композиції або логотипів фестивалів. Прикладом цього є використання козака на коні з бубном в руках, як логотипу джазового фестивалю Jazz in Kiev (Іл. 13), а також застосування жовтого кольору, що є одним із кольорів прапора нашої держави. Афіша Jazz Fest 2008 року (Іл. 19) виконана у чорно-червоно-сірих тонах на білому фоні. Ці кольори використовуються у вишиванках, що є національним одягом України. Зображення лева у логотипі Alfa Jazz Fest, а пізніше Leopold Jazz Fest (Іл. 9), є символом міста Львова, на честь якого воно було назване. На плакатах цього ж фестивалю 2011-2012 років, ще коли він мав назву Alfa Jazz Fest, зображені пейзажі міста в якому проводиться джазовий фестиваль. Сучасна реклама Leopold Jazz Fest 2021 року, звертаючись до стилю дадаїзм та поєднуючи фотоколаж із ілюстрацією, представляє лева у піджаку, що грає на саксофоні [8].

Наукова новизна роботи. Виявлення візуальних стилістичних особливостей рекламних носіїв, які проектувались для українських джазових фестивалів.

Висновки. Створення джазової рекламної продукції за перших років незалежності України зумовлена відкриттям великої кількості джазових фестивалів та концертів, які допомагали спочатку об'єднати людей всередині країни, а пізніше налагодити контакт із закордонними виконавцями. Поява рекламних плакатів відбувалась досить неспішно, з використанням елементів культурної ідентифікації та особливостями того періоду. У проектуванні графічних носіїв для джазових фестивалів в Україні до 2010 року часто застосовувались сині та жовті кольори, а також червоний із чорним. Більше того, часто використовувались такі графічні елементи як козак на коні, калина або парус на воді, що зображав річку Дніпро.

Наступні роки, після 2010-го показують, що стильові особливості брали курс на використання світових тенденцій у графічному дизайні. З тих пір, дизайнери все частіше слідували за новинками, вони використовували фотоколаж, фото із ілюстрацією, нові види шрифтів, подекуди навіть 3D графіку. Поєднання декількох стилів на одному плакаті стало звичним явищем. Провідним стилем залишався поп-арт. Його використовували у поєднанні із психоделією, фотоколажем або абстрактним експресіонізмом.

Власне українськими стилістичними особливостями на графічних носіях є: національні кольори – синій та жовтий, а також зображення національних графічних елементів у логотипі фестивалю, на носіях – це фотографії і символи.

Список використаних джерел:

1. Бодрійяр Жан. Суспільство споживання. Його міфи і структури., Культурна революція, Республіка, 2006, с. 150-158.
2. Ванслов В. В., Колпинский Ю. Д. Дадаїзм і сюрреалізм, Модернізм: аналіз і критика основних напрямів, Мистецтво, 1980, с. 196.
3. Гальцова Е. Д., Сюрреалізм. Культурологія. XX століття, Енциклопедія, 1998, [Електронний ресурс]:
<http://www.cyclopedia.ru/68/209/2134917.html>
4. Залевська О.Ю. Проектно-художні засоби українського плаката доби Постмодернізму, Харків, 2019, с. 99-174.
5. Ковалів Ю. І. Літературознавча енциклопедія, Київ, ВЦ «Академія», 2007, с. 317.
6. Лі Шуай Джаз у сучасному фестивальному просторі України, Харківська державна академія культури, Культура України, випуск 56, 2017;
7. Усовська Е.А. Культура і мистецтво постмодернізму, учбова програма Білоруський Державний університет, 2018.
8. Шумка М. Л. Українська національна символіка як репрезентант національної ідентичності, Тернопільський національний економічний університет, Актуальні проблеми філософії та соціології, випуск 9, 2016.

9. Schott G. D. "Doodling and the default network of the brain", The Lancet, 2011, [Электронный ресурс]:
[https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736\(11\)61496-7/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/lancet/article/PIIS0140-6736(11)61496-7/fulltext)

**ВИЗУАЛЬНЫЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
ДЖАЗОВОЙ КУЛЬТУРЫ В УКРАИНЕ
(НА ОСНОВЕ ДЖАЗОВЫХ ФЕСТИВАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ)**

Кривая Анастасия Романовна

ДЗМ-1-20-1.4д

arkryva.im20@kubg.edu.ua

Научный руководитель: Светличная Елена Николаевна

доцент кафедры дизайна,

кандидат искусствоведения

В статье рассмотрены ведущие джазовые фестивали, которые проводились на территории Украины от времен СССР и до сих пор, проанализирована рекламная продукция, по большей части плакаты, как один из основных рекламных носителей. Также было исследовано влияние стилей, которые развивались в мире от постмодернизма и до сих пор, на украинскую рекламную продукцию джазовых фестивалей. Кроме того, были определены основные визуальные стилистические особенности, которые возникли в Украине как следствие разных культурных, политических и технологических процессов. Для исследования были найдены и проанализированы плакаты, которые сопровождали джазовые фестивали по всему свету и в Украине.

Ключевые слова: стиль, дизайн, реклама, джаз, фестиваль, Украина.

**VISUAL STYLISTIC FEATURES
OF JAZZ CULTURE IN UKRAINE
(BASED ON JAZZ FESTIVALS)**

Kryva Anastasiia Romanivna

DSm-1-20-1.4d

arkryva.im20@kubg.edu.ua

Leader: Svitlychna Olena Mykolaivna

Associate Professor of Design,
candidate of art history

We considered leading jazz festivals held in Ukraine starting from USSR and to present times, analysed advertisement materials, mostly posters as one of the main advertisement carriers. In addition, we researched the influence of styles, developed in the world, on Ukrainian jazz festival advertisement, which has been forming since postmodernism and till now. Moreover, we outlined main visual stylistic peculiarities, which emerged as a result of different cultural, political and technological processes. To conduct our research, we found and analysed posters which accompanied jazz festivals in Ukraine and around the world. These materials comprised the base for the article and were properly analysed and investigated.

Key words: style, design, advertising, jazz, festival, Ukraine.

30.09.2021 р.

Даю згоду на збір і опрацювання персональних даних з метою включення їх в базу даних відповідно до Закону України від 01.06.2010 р. № 2297-УІ «Про захист персональних даних».

Додатки:



Іл. 1. Burton Morris. Плакат фестивалю Montreux Jazz Festival, 2004 р.



Іл. 2. Ліза Андреева. Плакат фестивалю Koktebel Jazz Festival, 2011 р.



Іл. 3. Невідомий автор. Плакат фестивалю Art Jazz Cooperation, 2016 р.



Іл. 4. Невідомий автор. Плакат фестивалю Jazz на Дніпрі, 2018 р.



Іл. 5. Невідомий автор. Плакат фестивалю Koktebel Jazz Festival, 2019 р.



Іл. 6. Невідомий автор. Плакат фестивалю Jubilee Jazz Fest, 2020 р.



Іл. 7. Невідомий автор. Плакат фестивалю Chernihiv Jazz Open Festival, 2010 р.



Лл. 8. Невідомий автор. Плакат фестивалю Chernihiv Jazz Open Festival, 2011 р.



Лл. 9. Невідомий автор. Плакат фестивалю Alfa Jazz Fest, 2012 р.



Лл. 10. Ollie Saward. Плакат фестивалю London Jazz Festival, 2010 р.



Лл. 11. Leo Scherfig. Плакат фестивалю Copenhagen Jazz Festival, 2012 р.



Іл. 12. Annik Troxler. Плакат фестивалю Jazz Festival Willisau, 2014 р.



Іл. 13. Невідомий автор. Плакат фестивалю Jazz in Kiev, 2010 р.



Іл. 14. Невідомий автор. Плакат фестивалю Art Jazz Cooperation, 2013 р.



Іл. 15. Невідомий автор. Плакат концерту Джаз на пляжі, 2021 р.



Іл. 16. Миша Сємин. Плакат фестивалю Koktebel Jazz Festival, 2013 р.



Іл. 17. Невідомий автор. Плакат фестивалю Chernihiv Jazz Open, 2015 р.



Іл. 18. Невідомий автор. Плакат фестивалю Jazz Bez, 2015 р.



Іл. 19. Невідомий автор. Плакат фестивалю Jazz Fest, 2008 р.